

日本・地域経営まちづくり塾 ニュースレター

目次

- 1 はじめに
- 1 岡田先生の講演
- 4 大澤氏の講演・受講生との討論
- 5 事起こし実践演習
- 8 まとめ
- 8 特別寄稿

はじめに

平成 25 年 8 月 26 日

第3回日本・地域経営まちづくり塾が平成 25 年 7 月 20 日（土）に京都大学黄櫻プラザにて開催されました。

午前は、岡田先生から 3.11 を経て問われる地域経営の原点について講演があり、続いて先生徒方式の実践として、大澤様の講演および受講生とのディベートがありました。その後、多々納先生より午後の演習についてご説明頂きました。

午後からは、「本塾からの情報の発信・受信の舞台づくり」をテーマに、ホームページ作成班・PR 班に分かれ、今後の行動計画を作成しました。

スケジュール

10:00～10:50	地域経営を考える ～3.11は我々に何を問うているのか～	岡田憲夫先生
11:00～11:20	6/22 の四面会議を振り返る 各グループのまとめの発表	
11:20～11:45	先輩受講生からの提案とインタビュー	大澤文子氏
11:45～12:15	事起こし実践演習 「本塾からの情報の発信・受信の舞台づくり」	多々納裕一先生
13:00～16:45	実践演習再開	
16:45～17:00	まとめ	

地域経営を考える ～3.11 は我々に何を問うているのか～

岡田憲夫先生の講演

私たちの原点は 3.11 にある。前回の塾のテーマである加藤家の民泊の取り組みも 3.11 につながる。テキストの第 7 章、3.11 についての問い合わせを見てほしい。「大自然は問い合わせた。君たち一人一人が変わらぬのか?」「君たちよ。今のこのときを置いていつ変われるというのだ。」ここが塾の一つの原点である。時々、これを振り返り、咀嚼し、グループとしての事起こしを考える上での原動力としたい。

改めて本塾の原点を問う。私たちは人智を超えた大自然のたなどころにいる。マチも同様に大自然のたなどころにあり、時には無残にも崩れる。マチは自然環境を基層として、その上に社会制度・環境、社会基盤、建築空間・土地利用、生活・活動の層という順で五重の塔のように存在し、普段は各層で一応役割が分かれて人が働いている。しかし大災害が起きると、各層を貫く心柱が全体を支えることができていれば揺らされてもしなやかに持ち堪えられる。あたかも接し合う層同士が上手くしなやかに接合されていて、ショックがうまく層間のやり取りの中で吸収できれば、マチは持ち堪えられるであろう(この具体的な解説については、本号の「特別寄稿」を参照されたい)。そうでなければマチは崩れる。震災によってマチが崩れた時に初めて、私たちの多くが、マチは五重の塔で、その上に生活していたことに気づいたのだ。

政府・行政は大自然に成り代わることはできないし、政府が大自然とやり取りする代理人であるという考えも幻想である。結局この大自然の中で、自分の命を守るのは自分自身しかいない。自分で守れない時には、信頼し合える小さな共同体が必要となる。これは行政では作れない。自分たちの命を守り合える人たちは、普段から信頼し合える関係を築こうとしているはずだ。自らが存亡 (survive) の危機にある時、瀬戸際で持ち堪えるためには、自身の体力 (vitality) が必要であり、さらには互いに協力し合う関係 (conviviality) で命を救うことができる。この一人一人の小さな三角形(Vitae System) のネットワークがいわばセーフティネットとなっているようなマチ。それこそ、五重の塔が崩れかけて最上階の生活が危機に瀕した時にも、人々の命をぎりぎりのところで守るバックアップとなるはすだ。このような危機的状況を、このような概念モデルを使ってまるごと体感しながら

ら作り上げることが、「地域経営まちづくり」である。

では、3.11 が問い合わせ続ける「地域経営」の原点とは何か、事起こしである。事起こしでは、お金も時間もかかる。資源、人をどう集めるか、リスクもいろいろある。組織として循環持続させるエネルギーは何か。あからさまかもしれないがお金もその一つだろう。全員に共通する推進のエネルギーであり、意欲・欲求のモチベーションになることが多い。お金は一種の侧面として、モノや行為の価値を相対的に知り、評価する基準にもなる。これは前々から議論になっているとおり、総合管理の観点から非常に重要である。しかし、お金だけの話では 3.11 の原点を見失うことになる。そこで「公憲」というエネルギーが「事起こし」を持続的に進めて行く上で必要ではなかろうか、という問題提起をしてみたい。日本人は怒りを忘れたのであろうか?!

人智を超えた大自然の中で自らの命を守っていくためには、社会や個々人は、はたして自分はこれでいいのか。己に向けて問い合わせ、それをもう一度外に向けて注ぎ込む。そのようなプラスのエネルギーである社会性をもった怒りが必要である。つまり、Indignation 「公憲」という、dignity 「尊厳」が損なわれていることに対する社会的な怒りである。経済的な原理のみで社会が回ると考えれば、3.11 が問い合わせたメッセージの本質を見失うことになる。

ここで地域経営の糸口を考えてみよう。経済的な原理のみで地域を回していくのが地域経営だとみなすことが本塾の本旨ではない。そもそも誰が経営するのか。まずは自らが生きていく営みが成り立たなければならない。その上で行政がどこまで管理するのか、それとも地域が自ら経営するのか。ただ住民は一人一人が主体性を持っており、意見のズレが生じやすい。また、経営と似たような言葉として運営があるが、「運営」とは存在することが前提にあり、そこには、存在するために戦略や物事を選択する視点がない。一方で、「経営」は存在し続けられることが前提にならないため、生き残るために積極的な行動をとる必要がある。地域がある「共通の方向」を目指して事起こしをし続け、地域を育てていくためには「経営」でなければならない。狭義での経営、ビジネスではなく、地域を構成する住民一人一人が、尊厳も含めて、存在し続けるために、自分の属する共同体をどう作るのかを考えなければならない。

そのためには地域が目指す「共通の方向」をどのように皆で共通認識しておくか。これを「豊かさの方向感覚ベクトル」と呼ぶことを以前の塾で私は提唱した。それを共同・協働で、Win-win solution として導き出す参加型の計画づくりが必要である。Win-win solution は現行の枠に縛られていてはなかなか見つけることはできない。杓子定規で物事を理解したり、自分の権限だけで判断するのではなく、より高みの夢・ビジョンを見据えて行動する必要がある。地域経営の妙技は Win-win solution を導き出す過程で、地域力の弾力性や伸び代を磨こうとすることにある。高みを目指し、信じて進めば Win-win solution は見つけることができる。

最近、まちづくりの成功例として、徳島県上勝町の事例が挙げられる。葉っぱビジネスを始め、町をどん底の状態から再生させた。環境ビジネスにも取り組んでいる。これについては本も出ているので読んでほしい。「葉っぱを売ろう」というアイデアのように、夢の種を蒔くことが地域を再生するとの出発点になる。しかし、成功例であっても、このようなビジネスとして成功することが我々の目指す地域経営の形かは分からぬ。色々な事例と我々の目指す像が違うかを検証する必要がある。このことも含めてここで寺谷さんに、Win-win solution を見つけるためにどうすればいいか話して頂こう。

寺谷 智頭では、資金がない中で「出会い館」が建てられた。Win-win solution を導き出すには何のために何が必要か、平成 7 年、岡田先生がカナダのウォータールー大学の名誉教授を受賞され、記念講演会を智頭町総合センターで開いた。この時、ひと工夫しようと智頭の名産である杉を 20~30 本切り出し、会場の背景にセッティングをした。講演テーマが「ゼロ分のイチ」だった。その講演を機会に CCPT のゲストハウスを造って研

3.11 を経て我々は、人智を超えた大自然の「たなごろ」に生きていることに気づかされた。大自然の中での自らの命を守るために五重の塔の構築、これが「地域経営まちづくり」である。

地域経営の原点である「事起こし」、そこでは己に問い合わせ、外に向けて注ぎ込むプラスのエネルギーである「公憲」が必要である。

地域が存在し続けるためには「運営」ではなく「経営」でなければならない。自らの属する共同体をどう作っていくか、Win-win solution を導き出す中で地域力の弾力性や伸び代を磨いていくところに地域経営の妙技が見えるのである。

究者や学生の皆さんのがいつでも来ることができる場をつくろうとした。地域の住民と交流をしてもらうことによって、より地域を豊かにするとともに地域に風穴を開けたかった。まず20人で50万円を出し合い、自分たちで建築資金1000万円をつくった。その際、地域振興に活かそうと県に頼みに行き、財政課長にお会いした。社会システムの勉強をしたいと訴え、それは何ですかと問い合わせが有り、過去の活動展開表に縦に引かれた2本線が社会システムであると説明した。そうすると、住民で1000万円集めたのなら、県で1500万円支援しようと約束して頂き、次の正月に自治宝くじ振興金が交付されることになった。これに国際交流基金の優秀賞の副賞として300万円の支援があり、合計2800万円のお金が集まった。私はこのように自ら資金を、というのが金の作り方だと考えている。それに合わせて地域経営もある。土地を無償で提供してくれる者、設計をする者、基礎工事から建物まで原価で造ってくれる者、電気工事をしてくれる者など、2800万円の他にみんなの労力で、5000万円の価値に相当するものができたと思う。お金だけではない知恵や技術も含めた総価値を見ることが地域経営の根本だと考える。

岡田 寺谷さんたちが作った5000万円の施設は年を経るごとに価値が上がり、今では何十億円の値打ちにも相当するであろう。さらにはここから人財も輩出しており、評価不能である。この施設を作るにあたり、土地、建物、資金をみんなでリスクを取る形で、自前で揃えた。目指す夢には大義があり、そのような夢は世の中に必要とされている。地域経営を実現するためには、美しい夢としたたかにやることを計算した総合力が必要である。まずは小さくとも自ら資金を用意する。それから行政や他の機関にもサポートを求める。その場合でも単に「財政課長に」ではなく、「あの顔のあの人」心を込めて説けばこうなってこうなるだろうという算段をする。相手の集団の要めの人に直接頼みに行く。相手も心が動かされれば、融通の利いた判断をしてくれる。これがしたたかさである。

みんなの総力は「夢の効果、のりノリ効果」によって生まれた。目新しい→exciting→わくわくする→夢のある、といいうい意味での夢の膨らみによって人の心は躍る。地域のビジョンを語る・伝える技術を身につけ、事態を好転させるために話すべき人は誰か知ることが大事である。これは法律ののりしろを合わせていく作業であり、適合すれば自治体や政府は目的に適った半融通財政資金を提供してくれる。地域経営の重要なポイントはここである。このポイントを念頭に置いて、様々な事例と比較し、共通点を見つけなければならない。

(敬称略)

～先生徒問答～

古賀 お金だけでは地域経営の循環的なエネルギーとなり得ないということには納得した。確認になるが、ヒト（の持つ知識・技術）、モノ、金を閉じられた地域内でやりくりすることが地域経営で、これを上手く回すための手法が四面会議であるという認識でいいのか。

岡田 概略はそのような認識で良いが、四面会議はあくまでも手法の一つであっていつでもこれでうまくいくというものではない。ただ、小さな事起こしの参加型計画づくりのエキスを実体験できるいいメディアである。「これをやっていくためにはどうすればいいか」「全体をどのようにコーディネートすればいいか」が実体験できる。さらにファシリテーターには、高みのメタレベル、地べたのローカルレベルの両面からの視点で理解するという天地スリップが求められる。これを理解し実演できる人は本塾の上級レベルの人となれるが、このような体験実習ができるのが四面会議と考えている。

多々納 例えばチェスや将棋における、その場の状況を理解し、次の一手を指すという状況、つまり短期的な一手を決めることが十分に予見可能な環境にある時、専門家は役に立つ。しかし、専門家が地域に入ってきた時、その地域は専門家にとってカオスである。すなわち、そこでしか得られない知識・信頼関係をどう獲得していくかということが課題であると思う。自分たちの手法はどこでも成り立つことなのか、限界を知ることも重要なのではないか。この知識や経験、判断力を身につけるために必要なスキルは何であると考えるか。

寺谷 人間力。一瞬にして相手を見抜く力、一瞬に相手を取り込む力である。

多々納 人間力と表現してしまうと、100人に1人くらいしか持ち合っていない能力になるのではないか。

岡田 それでは多くの人がお手上げになってしまう。この問題は四面会議にも当てはまり、クリアできないと最初の立ち位置に立てない。最初はできることから始めていく。Governanceという言葉は皆が手を出し合い、みんなで動かすという意味を表すが、ここで「私はこここのところは預かり持つ」という話が出て来なければならない。智頭の事例では、最初は20人も集まるとは思わなかったが、コントロール出来る問題だと思った。そこで終わりたくないと思い、どうしたら色々な人が手を置いて預かり持ってくれるのかと考えた。つまり、コントロール可能な、小さな問題を手にして、その実現可能性を確認した上でできることを広げていく。なぜそれが始まったのか、その始まりには別の始まりがある。これが「峠越え峠越え、また峠越え」である。このためには人間力が必要になる。

多々納 人間力のためには、長期間に亘る訓練が必要であり、そのためには場がないと体験できない。四面会議はその一つのシミュレーションとなる。資源・お金、あるいは権力を持っている人は一人ではない。彼らをいかに巻き込むかということが必要になる。同じものばかりではないが、いろいろな事例を検証し、類似点を見つけ出すことが大事であり、これによって瞬時に判断できる人間力を徐々に身につけ、凡人でもおぼろげながら、問題が予見可能なものか、成功事例と結びつけて考えることができるようになる。

岡田 本塾参加の1年目のは、こういうことがありうると考えるくらいでいい。2年目のは常に問い合わせてほしい。今後も、上勝町のようにいろいろな事例をチェックし、比較検証していくことが重要である。

(敬称略)

瞬時に判断できる力、「人間力」を養うためには訓練の場が必要である。四面会議はその一つとなる。

1年目のはまず体験してみよう。2年目のは常に自分自身に問い合わせよう。

「ここで一度枠を少しほぐしてみませんか？」先輩受講生からの提案とインタビュー

大澤文子氏の講演

岡田先生・寺谷さんは、実体験のモデルとして、私にこの機会を与えて下さったのだと思います。私が体験してきたことを皆さんにリピートすることが、この場における私の役割だと感じています。また、今までのような話を聞く側ではなく、伝えたいことをどのような言葉で表現し、それがどれくらい伝わっているのかを私自身が体験することも、今回の目的の一つだと感じています。そうすることで、受講生にとっての人財塾像というものも見えてくるのだと思います。

さて、本塾において最も大切なことはなんでしょうか？それは「相手の言葉の行間にあるものを感じ取る」ことです。では、「誰が」、「どうやって」その行間を埋めるのでしょうか？それは私たち一人一人です。

先程、寺谷さんから『人間力』についてお話をありました。私たちは、どうやって『人間力』を養っていけばいいのでしょうか？そもそも『人間力』とは何なのでしょうか？それを考えるのが、紛れもない私たち自身なのです。そして自分なりに感じたことを、自分の言葉で伝えてみる。各々が自分の意見をぶつけ合い、ディベートが生まれる。それこそが、この人財塾の役割なのです。つまり、ここは「他人から知識を貰って成長する場」ではなく、「互いが刺激し合う場」なのです。

例え話をしましょう。私たちは地域経営まちづくり塾というレストランにやって来ました。コック長は岡田先生です。岡田先生は豊富な経験に基づいた料理を提供してくださり、私たちはそれをおいしく頂きます。しかし、ただ食べるだけでは不十分なのです。料理を頂いて満足しただけでは(脳内)肥満になってしまいます。これは『料理』を『知識』に置き換えて同じことが言えます。大切なのは、「自分だったらどうするか」と考えることです。「どう作ればこの味が出せるのか」、「自分ならどう盛り付けるか」と常に考えることで、感覚を研ぎ澄ませていくのです。そして、自分が感じたものを『わが事』として捉え、誰かに伝えるために再現してみる。この一連の取り組みが『人間力』向上につながるのだと、私の中では捉えています。(以下、参加者との問答)



大澤さんのご講演

大澤 ところで、みなさんは自分の特長は何だと思っていますか？古賀さん、どうでしょう？

古賀 「底抜けの明るさ」だと思います。

大澤 なるほど。ありがとうございます。では、岡田先生は自分の特長は何だとお考えですか？

岡田 「『自分の思いを伝えたい』と思い続けること」です。

大澤 そのためになさっている工夫などはありますか？

岡田 みんなの顔を見て、反応を観察します。そうすることで、受け取り手が何を感じたかを察し、より精確に自分の思いを伝えるにはどうすればいいかと、悩み続けています。

大澤 ありがとうございます。ちなみに、私は自分の特長を「類い稀な好奇心と行動力」だと思っています。人から聞いたこと、感じたことはまず実践してみる。「わが事」として体験してみる。そうすることで、前とは違った自分になれるのを楽しむことが好きです。ここで、皆さんにお尋ねしたいことがあります。アイスクリームはどんな味でしょうか？

岸本 甘い味…と思います。

大澤 甘い味だけでしょうか？こういった話題は女性の方が詳しいかもしれませんね。

女子生徒 しゃっぽいものもあります。

大澤 そうですね。最近ではソルトアイスというものが人気を集めています。はい、これで今まで甘いアイスクリームしか知らなかつたあなたの世界は、しゃっぽいアイスクリームもあるという新しい世界へと変化しました。

自分の常識が変わることを恐れてはおもしろくありません。他人の言ったことを鵜呑みにしないで、まずは一度取り入れてみる。そして、こだわらず、決めつけず、頭を柔軟にしておく。このことを忘れないでください。色々なことに興味を持ち、広い視野を持ってください。今まで体験したことのないものを吸収することで、頭をほぐしていきましょう。そうして培った経験を後輩に伝えていくことでエネルギーが循環し、塾が継続していくのです。

また、前回の四面会議の結果を拝見したのですが、私は「皆さんの意見はよく出てくるものだな」と感じました。もっと柔軟に発想して、いつもとは違う自分に変わることを楽しむべきではないでしょうか？

加藤 奇抜な発想は人目を引くが、当事者からすると持続が非常に難しいと思います。突飛であればいいというものではないと思いますが。

大澤 私の言ったことは一つの例えです。一番伝えたかったことは、「柔軟な発想をしよう」ということ、そして「固定観念を持たないようにしよう」と言う事です。

岡田 無難な意見のやり取りは、一見順調に見えても変化は望めない。今のやり取りのように、聞き手をムッとさせるようなディベートが人間力向上につながる。聞き手は誤解を恐れずに意見をぶつけ、話し手との理解のギャップを埋めるとともに、話し手は自分の話し方がどのように聞き手にとられているのかを発見してほしい。

(敬称略)

本塾では自分が感じたことを自分の言葉でぶつけ合い、ディベートが生まれる。つまり「互いが刺激し合う場」なのである。

他人のことを「わが事」と考えながら、新しい世界に飛び込んで自分自身を変化させていく。



加藤氏が今回差し入れて下さった
梅のゼリー

事起こし実践演習「本塾から情報の発信・受信の舞台づくり」

多々納裕一先生

- 演習を始める前に -

今年度より初級、中級認定制度が始動し、本塾の体制も整いつつある。そこで、今後の大きな課題として、本塾の社会的認知の獲得が挙げられる。これは、学びたい人にどのようにメッセージを伝えていくか？社会に対して本塾の認知をどうとりつけるか？という事であり、その一環として、来春の3.11に向けて岩波書店からテキストが発売される予定である。

そこで、今回の実習では、塾生をHP班とPR班という2班に分け、本塾の社会的認知の向上を目指し、それぞれ実際に自分達が行動するための計画を作りあげてほしい。実際に生きた計画にするためには、失敗のシナリオを考えることや、死亡前死因分析（仮に死ぬ（失敗する）とするならば、どのような原因で死ぬ（失敗する）のかを事前に分析する事）が重要である。まちづくりや一般的に良いとされる事には会議では反論しづらい空気がある。しかし、計画の実行性を考えたり穴を埋めたりするには反論は絶対に必要である。ポジティブに議論するが若干シニカルな分析を混ぜて会議をやってみてほしい。

HP作成班まとめ

ホームページドメイン名：smile-nexus

“Smart Machizukuri Innovation Learning Nexus”

会議の議題

I. HPの作成の目的

- ・誰に見もらいたい？：行政（自治体）、小中学生、20代、被災者、まちづくりに興味のある人、地域づくりをしたい人
- ・目的：入会してもらう、塾の人口を増やす、新規会員の勧誘
- ・運用の仕方、運営の方針

運用の安定化（ニュースレター、規約、…）

塾に参加してみたい人が参加しやすいように手続きを掲載する
逐次更新、会員ページと公開ページの役割分担



II. コンテンツ

【地域経営まちづくり塾とは】

	誰に？	いつまでに？
メッセージ	理事、副理事4名	8/23（次回）
理念	既にあり	
事起こしとは	岡田先生	8/23（次回）
活動紹介	既にあり	
問い合わせ先		アカウントを入手して作成

【メンバー紹介 and みんなの事起こし】

全員、8/23（次回）までに



【まちづくり支援技法】

既にあるもので、まずは掲載してみる

最終的にはe-learning教材として、販売も視野にいれて

【地域事例】

これまでの実績を報告書のようなformatで掲載

取り急ぎはニュースレター等で代用



演習の様子（HP班）

【まちづくり塾 Now !】

	誰に？	いつまでに？
スケジュール	吉田氏	8/23（次回）
ニュースレター	岸本（データ整理のうえ吉田氏に送る）	既にあり。整理して1週間以内に送る
写真	羅氏、寺谷氏 掲載の許可について確認が必要	これまでのものについては 8/23（次回）
ビデオ	吉田氏のデータ (会員制にすべきか?)	既にあり
資料 (PPT 等)	岡田先生等講演者から	アカウントを入手して作成

検討事項、その他追加事項

事例紹介の仕方…Facebook と HP の使い分けは？

地域の表彰、地域の宿泊施設旅行代理店のリンク、

e-Learning (会員限定や初心者向け等)

e-Learning システム、テキストのノウハウについて販売ができないか？



演習の様子 (PR 班)

PR 班まとめ

- マインドマップをもとに検討項目を抽出

【目的】

来春発売される本 (テキスト) の PR

塾の背景の理解を促す

【誰に】

行政：市役所、議員、青年会議所…

NPO : NPO の検索 (インターネット, 役所)

先生：小学校、まちづくりに興味のある研究者

学生、自治会、商工会議所…

【どうやって】

口コミ：知り合い、地域経営に興味のある人…

チラシ：駅・バス停、公民館、学校、図書館、市役所地域振興課…

インターネット : Facebook, SNS, Youtube…

名刺：ロゴの作成、裏面に活動内容等 PR

【先行事例の調査】

成功事例、失敗事例 (なにが成功、失敗の要因だったか)

- H26.3 までに実施すべきこと

【チラシ作り (班員)】

チラシの配布先の検討

内容 (人財養成、地域経営)、チラシの書式：配布する対象によって変更

【インターネットの活用】

塾生 FB ページの復活 (古賀氏)

Web サイトの再度立ち上げ (長谷川氏)

【先行事例の調査 (天井)】

【各塾生の知人への口コミ (班員)】

【名刺の作成】

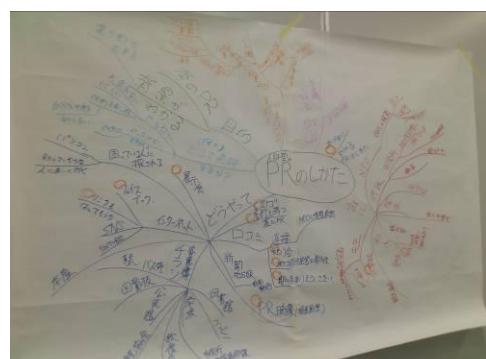
【PR 映像の作成】

- H27.3 までに実施すべきこと

【市民だより、新聞 (地方版) への掲載】

【著書の宣伝依頼 (大学の書店等)】

【ゼミ生 (岡田研究室) の発表】



「本塾 PR のしかた」マインドマップ



岡田先生とのディスカッション

～まとめ～

岡田先生

今日の四面会議の結果として、「こういうことになりました。関係者の方々よろしく」といった事務的なまとめ方・伝え方という印象を受ける。自分で出来ることを中心に考えると、どうしても小さく仕上げてしまいがちであるため、人を巻き込む事によってコントロール出来る領域を広げていってほしい。その際にはwin-win solutionで仕掛けしていく事が重要である。また、実践演習の結果発表の際に、「～していただきたい」という表現があったが、本来その表現はおかしい。なぜなら四面会議で決まったことは必ず実行する事であるはずだからだ。事前に話し合いのテーブルに入れる等の対応が必要である。

今回、両班とも四面会議以外の会議の手法をとっており、先月の四面会議より議論できたと感じているようだが、果たして密なコミュニケーションであったんだろうか？人がムッとする様な事を言い合つただろうか？四面会議はムッとする事を自然に言い合えるように仕掛けられたものもある。『失敗して責任を取れず悲しむ』のか『計画時にムッとする』のか、どちらがいいかを問われれば間違いなく後者である。このような怒りは創造のエネルギーにできる。ムッとさせてよりクリエイティブに、コントロール出来る領域を広げていってほしい。

寺谷氏

智頭町のまちおこしでは失敗出来なかった、失敗すれば人材、資金、信用を失うからである。そこで失敗しない方法として編み出したものが四面会議システムである。その妙技としては、普段あまり意見を言わない人から意見を引き出すシステムを組み込んだ事だ。「論力」がある人、いつも発言する人の意見よりも、光る意見は寡黙な人から出る場合が多い。そういう意見が出る雰囲気づくりとして、人を傷つける様で傷つけないゲーム要素を織り交ぜている。今回の実習では、両班とも四面会議以外の手法を用いて行っていたが、結果的にこれらの四面会議の特徴を再確認する事になった。

特別寄稿

テキスト解題: 心柱でしなやかに支えられたマチ - 五層モデルが意味すること

塾頭 岡田憲夫

3.11以降、人口に膚炙し始めた言葉として「強靭な国土」や「レジリエントな社会」というスローガンが挙げられる。実はこのような概念は東日本大震災が起きて初めて作り出されたわけではなく、学術的には少なくとも30年以上昔から提唱されていたものである。

「今ここ」でこの言葉が新しいとすれば、現実に起きた大震災の格別の衝撃を受けて「言葉を失った」中で(再)発見されたものであるからだ。未来に向けて学び残す智恵を模索しようとしているこの国土に住む人々が現代日本語の語彙の中にそのような用語や言葉遣いが欠けていることに気づいたためであろう。

注意したいことは、「強靭」という漢語は、大和言葉を母語とする私たち日本人には所詮外来語であるということである。「レジリエント」にいたっては、完全に外国語であり、英語(印欧語)を起源にする外来語である。つまり、分かったような分からぬよう、いまだにピンとこない言葉なのである。まず「強靭」について言えば、「強」だけが強烈に響くが、実はその本質は「靭」にある。これは「刃」や「忍」に通じ、「芯がしっかりとしていてへこたれないしなやかさ」を意味している。その意味で結果的に強いのであって、「ガンガン、ガチガチに強い」ことを意味するのではない。外敵に対して聳え立つハードな要塞を周囲に張り巡らせてマチを守ることを意味するのではない。一見低い要塞であっても、忍び入った外敵に対して打ち負かされない「あの手・この手」の「芯がしっかりとしていてへこたれないしなやかさ」が備わっていることが重要である。基本となるハードな施設は欠かせないが、そのようなハードも「あの手・この手」の一つとして巧みでしなやかに衛り受ける「人の石垣」が絡み取り、凌ぎ抜けるヒューマンウエアが心柱とならなければならない。敵の侵入がきっかけで内輪揉めが始まるようでは話にならない。つまり、「強靭なくん」とはそのような心柱がしっかりと入っている柔構造の社会システムでなければならないということだ。武田信玄が言った「人は石垣」、「人は城」、「情けは味方」、「仇は敵」とはまさにこのような柔構造の社会システムを指している。

なお「レジリエント」も概ね同じことを意味しているが、強い力で押しつぶされそうになっても、「しなり、弾み返す形で、復元する抵抗力を持っている」ことを原義としている。そのためには、やはり芯が強い柔構造の社会システムが不可欠だということになる。

さて、このことを「五層モデル」を使ってもう少し具体的に検討してみよう。



五層モデルに見立てたマチづくり

1000 年に一度のようなマレな大地震が起こり得ることを考えて、私たちのマチはどのように「強靭」で「レジリエント」に作られておくべきだろうか？これを海辺の集落(地区)での「小さな事起こし」をするというケースを考えて検討してみよう。

- ① 小さな事起こしをするためには、まず第五層(天守閣)のレベルの日々の生活の場で日常的に積み上げていくことから始めなければならない。事実、1000 年に一度のようなマレな大地震が現実にいま起こると、気が付いてみたらそれは私たちの身の回りをすぐに不意打ちすることになるのだ。それは建て物の倒壊かもしれない。大津波が押し寄せることかもしれない。ともかくそのようなことが万一起こったとすれば身を守るのは私たち一人一人しかいない。ついで家庭、そして近隣集落の人びとである。であれば、日頃から一人ひとりができる取り組みは何か。たとえば命を守るために近くの安全な場所に避難するにはどうすれば良いのか？そう気づいた人から、自分からできることを始める事であろう。ぐらっと揺れたら、警報が出なくても率先して逃げる役を買ってでる。声掛けをする仲間を募る。そういうことを自ら始めるということである。またこのようなことを、たとえば村祭りに組み込む、地域の運動会の競技にゲームとして取り入れる。つまり日常の他の取り組みに「防災と言わない隠し味」として取り入れる。深刻なことを深刻がらずに思わずやってしまうような仕掛けにして、参加者を増やす工夫も重要である。
- ② 近くの安全なところに逃げることを日頃の訓練で行う事起こしを始めると、たちどころに第五層レベルの中だけでは解決できないことがいろいろとあることに気づくに違いない。近隣の建て物がどのように建てこんでいるのか、空き地はどこにあるのか、路地で行き止まりになっているところはどこか？これは概ね、第四層のレベルの問題である。避難のルートに障害があるとき、集落も人々だけでは解決できないこともあろう。たとえば小さな道を管理している行政の参加も得なければならないかもしれない。あるいは役場がもし津波に浸かりそうであるならば、役場の移転も議論し始めて良いであろう。地元に企業の協力を求めないとできないこともある。このような関係者をどのように日頃から巻き込んで、避難の方法を改善するかという、もうひとつレベルアップした事起こしが必要になるのである。
- ③ 逃げるにも限界がある。できれば集落を呑みこむような津波は押し止められる防潮堤を整備してほしい。あるいは高速道路の堤の上に上がって避難できるようにしてほしい。そう求めるのであれば第三層のレベルの事起こしが不可欠になる。その場合はむしろ行政部局が中心的な役割を演じなければ困難である。ただし、集落地区から起こす「小さな事起こし」という観点からは、集落地区の人たち自身が積極的に提案し、自分たちも智恵を出せるような連携ができる態勢になければならない。
- ④ とりあえず逃げる場所として、地元の商業施設や会社のビルや、病院、公共施設などが適切な場合はそのような取り決めをしておかなければならない。いざとなったとき、最低限のお金が引き出されるように銀行と取り決めをしておくことも有効であろう。このようなルールづくりはいわば第二層のレベルの事起こしを必要とする。そのためにはこのようなレベルに関わる当事者の協力・参画が要めなってくるのである。
- ⑤ 以上のような諸々の事起こしを多層的で継続的に続けていけば、結果的には安全・安心文化を新しく築いていくことにも繋がってくるであろう。つまり結果的に第一層のレベルの事起こしにも役立つことになる。

- ⑥ これらのこととを総合的に実現してくためには、実は、「私たちのマチ」が目指すべき望ましい姿や、「これがあるからこそ私たちのマチ」という地域の象徴的な旗印が確固たるものにならなければならぬ。またその旗印の下に地域の人びとの心が一体となりうる地域のまとまり力が不可欠である。これこそが地域を五層モデルに見立てたときの「心柱」を整えることになるのである。
- ⑦ 普段の私たちの生活やそれを支える諸々の営みは、各層のレベルに分担してなされている。大震災が起ころるやいなや、そのような日頃の便宜的な分担分けでは対応できなくなる。「安全に避難する」ということをだけをとっても、そのように「逃げ切ること」は、五層モデルのマチの各層を貫き通せる交流力が十分にあり、大きく揺らいでもしなやかに復元できる心柱が日頃の積み上げで整えられていることで初めて可能なのである。

大災害が起こったとしても強靭でレジリエントな集落地区を地域経営まちづくりの事起こしとして進めて行くためには、このように五層モデルを使った社会システム論の眼鏡が有効になるのである。

参考文献(本塾のテキスト以外)

- 中川正之 漢語からみえる世界と世間-日本語と中国語はどこでずれるか 岩波書店
2005年
- 石川九楊 二重言語国家・日本 日本放送出版協会 中公文庫 1999年
- 岡田憲夫 サバイバルリスクを織り込んだレジリエントな国土地域システムの構築と
リスクガバナンス(第9章) 経済レジリエンス宣言 藤井聰編 日本評論社 2013年

～編集後記～

今年度の地域経営まちづくり塾のニュースレターも3回目となりました。今回の塾は、特に先生徒問答、話し手と聞き手との間のやり取りが際立った回だったのでないでしょうか。「人間力」という言葉が出てきましたが、自分の考えをどのようにして相手に伝えるか、相手の考えをどのようにして自分の中に吸収するか、このような「人間としての幅を広げていく」やり取りを通して「人間力」は養われていくのだと、塾に参加して感じつつ、また同時に自分自身の未熟さも痛感しています。

ニュースレターも、できるだけ塾の息遣いを感じられるような、話し手の意図を掴むことができるような文章を心がけております。読者の皆様が本ニュースレターを読んで、何か共鳴するもの、また違和感のあるものなど、多くのものが皆様の中に吸収されれば幸いです。

大澤さんのお言葉にもありました、私自身も自分とは違う価値観や世界を積極的に求め、飛び込んで、自分が変わっていくことを楽しんでいけたらと思います。(天井)

6/22 四面会議 事業実施計画書

全体テーマ：「味のわかる人々が魅せられる民泊の里づくり」

【総合管理】

1. テーマ

5年後に「継続的に民泊者数を維持する仕組みづくり（行列のできる民泊）」を目指す

2. テーマの設定理由～目指すべき事業像～

(1) 四面会議システムの検討結果

1年	2～3年後	5年後
<ul style="list-style-type: none"> 行政と協議会の調整（料金、内容） 受入体制（窓口、連絡、ルール） プロデュース機能 ポンサー探し（ゆるキャラづくりなど通して） コミュニティづくり（地域内） 連携先を探す（同じ地域の民泊候補、他地域の民泊、大学、NPO）、研究・調査 	<ul style="list-style-type: none"> サービスの差別化（加藤家だから、智頭だからできること） バリアフリー化の進んだ民泊 他地域との（よい意味での）競争 コミュニティづくり（受入民泊の増加、リピーター（顧客のコミュニティ）） 	<ul style="list-style-type: none"> 継続的に民泊者数を維持する仕組みづくり（行列のできる民泊）

(2) テーマの設定理由

- 民泊の運営は運営者にとって充実したものであるが、一方で経営は厳しく、このままでは民泊の継続が難しい状況に陥る可能性がある。
- 民泊の運営を継続するには、小さな「事起こし」をする仲間たる運営者が、楽しくワクワクするプロセスをもって意欲的にサービスを提供することで、民泊のファンが増え、リピーターが増加し、全体の利用者が増える好循環を作り出すことが必要である。
- そのため、運営者のコミュニティをつくり、サービスの向上策を検討・実践し、収益を生み出す仕組みをつくることにより、継続的に民泊数を維持できる仕組みを構築する。

3. 4本の柱

①民泊運営者のコミュニティをつくる【～半年後】

- 現在の民泊の運営は協議会が行っているが、サービス水準は統一的である一方で、多様化の自由度はない状況にある。1泊 6,800 円の中に保険料 240 円、民泊協議会経費 1,060 円が含まれ、各民泊の経営状況を圧迫し、利益が上がらずモチベーションが低下している。
- 一方で、顧客の視点に立てば、価格に見合ったサービスを受けられれば、価格水準が高いサービスでも納得される。自ら工夫する意欲的な運営者による独自サービスを充実させることが重要である。
- そのために、「総合管理」では、民泊運営者が連携して、どうやって人を巻き込み、楽しいことを行うのか考え、試行錯誤し、企画を立ち上げるための自発的な会議体を定期的に開催することにより、運営者のコミュニティ形成を図る。会議体においては、ヒト、モノ、情報・広報の各チームのプランを統合化し、執行者及び実施スケジュールを決定する。
- 会議体は、現在の民泊協議会を発展させるか、あるいはまずは、民泊協議会の中から運営に意欲的な参加者を自発的に募ることが考えられる。場合によっては、民泊協議会を解消することも考えられる。

②民泊者数を増加・維持させる取り組み力（サービス向上策）の検討【～半年後】

- 顧客にとって民泊以外の宿泊先は鳥取市内も含め選択肢が多いことから、民泊者数を増加させるには、民泊利用者のニーズを把握し、民泊サービスの多様化や差別化により、民泊でなくては得られない体験を提供することが重要と考えられる。
- 会議体により、あらゆる要素での提案を収集・実行する。【ヒト、モノ、情報・広報チームとの連携】
- また、情報・広報チームと連携し、民泊利用者のニーズの把握及び、PR 素材、PR 手法を検討・発信する。

③民泊の継続的な運営を支える収益を生み出す仕組みづくり【半年後～1年後】

- ・現在は民泊の運営は厳しく、運営するほど赤字の状況にあり、民泊の取組の継続に支障がでている。
- ・収益をあげられなければ民泊の推進者はいなくなり、一時的なイベントで終わり継続的な「まちおこし」とはならない。
- ・収益を生み出す仕組みづくりを進める。資金運用が必要になり、統一的な問合せ・運用窓口が必要になることから、会議体から発展させ、運営母体を確立させる。
- ・サービスの多様化により価格も多様化させ、付加価値の高いサービスを提供できる民泊は、高い価格水準の宿泊料やオプション料の設定を可能とするなどインセンティブをもたせる運営を可能にする。
- ・宿泊料だけではない収益確保の手法を検討し、側面的に運営を支える財政力を構築する。
- ・「民泊」のゆるキャラづくりなどを通じたキャラクターグッズを作成し、グッズをスポンサーする企業を確保
- ・クラウドファンディング（不特定多数がネット経由で人々や組織に財源の提供や協力などを行う）
- ・ゆるキャラグッズ販売などをコンテンツとした民泊ホームページへのアフィリエイト（リンク元サイトの主催者に報酬支払い）
- ・町民による民泊基金の設立
- ・主にサービス向上策により顧客の拡大を図るが、大学との連携を特に重点的に行う。
- ・複数大学の合宿等の利用をアピールし、固定ファンづくりと、将来のファンづくりを行い、収益確保を図る。アピール方法としては、民泊利用の企画提案コンテストなど、イベント性をもたせる。

④継続システムの構築【1年後～】

- ・継続的に収益と顧客が集まる仕組みに発展させるため、まずは運営者コミュニティの拡大を図る。
- ・地域内の民泊運営者（候補者）、民泊を支えるNPOや大学などとのコミュニティづくりにより、協働してアイデアを導出する仕組みをつくる。特に大学との連携においては研究室・学部の分野の特性を生かす。
- ・山村地域を研究している「文学部（人文地理学）」、まちづくりを学ぶ「工学部（土木）」、経営を学ぶ「商学部」
- ・また、他地域で行われている民泊と交流することで、互いに切磋琢磨しあえる、よい意味で競争し合える関係をつくり、他地域との棲み分け、差別化を図り、「智頭（山郷地区）の民泊」をつくる。
- ・民泊のファンを増やすためのリピーターのコミュニティづくりにも将来的には取組む。

4. 5年後の姿

4 本の柱の取組を進めることで、「継続的に民泊者数を維持する仕組みづくり（行列のできる民泊）」ができている

【5年後の姿のイメージ】

- ・民泊の運営は、民泊を行う住民による運営体が主体となり、毎月の定例会、毎年の総会により進めている。
- ・民泊加入者数（運営者数）は、現在の40軒から50軒まで増加し、実稼働軒数は20軒から50軒に増加した。
- ・民泊利用者数は、年間2,000人（平均40人/年・軒）に増加した。最大で月2回×12か月×5人/回=計120人の利用者のある民泊もある。
- ・智頭以外の他地域でも民泊を運営する地域は増加し、運営地域が一堂に会する民泊運営者会議を開催し、情報交換を行っている。
- ・中でも智頭の民泊は、地域の特徴を生かした独自の取り組み（ヒト・サービス、モノ、広報）が行われ、地域内で切磋琢磨している。その結果、各民泊のリピーターが増えるとともに、リピーターが他の民泊を紹介し、利用者数が増える好循環が生まれている。民泊利用者が増加する状況をみて地域内で新たに民泊を始める家庭も増え、全体の受入れ者が増加している。
- ・また、民泊全体で一律であったサービスは、民泊運営者数の増加とともに、多様化を進める声が運営者自身から生まれ、現在ではサービス、価格など基本プログラムはあるものの、各民泊運営者によって個別の設定も可能になっている。
- ・5年前に作成した民泊のキャラクターグッズに協賛するスポンサーも増え、民泊の利用料以外の収入も増え、民泊運営者がサービスに見合った収入を得る一助になっている。
- ・民泊運営者は、自身の生活のペースを守りつつ、一定の黒字を確保可能な民泊の運営により、新たなふれあいが得られ、充実した生活が送ることができている。

【情報・広報】

1. テーマ

「人が人を呼ぶ、心通うネットワーク作り」

2. テーマの設定理由 ~目指すべき事業像~

(1) 四面会議システムの検討結果

1年	2～3年後	5年後
<ul style="list-style-type: none"> ・案内カードの作成 ⇒カード持参の方、その紹介者に対して、宿泊時にお土産をプレゼントする。" ・Facebookによる発信 ・HPの充実 <ul style="list-style-type: none"> ① 写真の掲載（Facebookからの転用） ② ブログコーナーの開設（管理人＋民泊利用者の口コミ、体験談） ・民泊間での情報共有←飲み会 	<ul style="list-style-type: none"> ・広報誌の1年に1回の発行 (利用2回目以上のお客様に送付) ・加藤家ファン感謝デー⇒リピーターを集める。 情報提供は1年に1回の広報誌を使う。 ・HP、FBの更新 	<ul style="list-style-type: none"> ・心通うネットワーク作り ⇒宿泊者、民泊運営者の輪

(2) テーマの設定理由

- ・山郷地区が魅力ある民泊の里となるには、民泊事業が行政に依存せずに経済的な自立を果たし、かつ家庭生活との両立ができることが必要である。
- ・各家庭の個性が活かされる民泊を通して、宿泊者・訪問者が智頭町・山郷地区に魅力を感じ、また来たい、ここに住んでみたい、そう思わせるようなきっかけとなる必要がある。
- ・加藤家だけでできることに限りがある。山郷地区で手を取り合った方が大きな力になる。
- ・心通う人と人とのつながりは、我々の人生にとって、かけがえのないものである。

3. 4本の柱

①民泊からの情報発信の強化

加藤家の取り組みを自力で広めるための有効な手段として、インターネットを活用することは欠かせない。幸いにも鳥取環境大学の石崎さんのご協力により、HP・Facebookページの立ち上げが既になされており、今後はこれをいかに更新・運用・充実していくかが課題である。HPの運用方法を勉強することは時間を要すると思うので、まずは1年目からFacebookによる発信に取り組む。自然や日々の暮らしについて、写真を中心に掲載することで、智頭での暮らし、自然を知る入口となるものとする。Facebookは知るきっかけに、HPはより深く知り、交友を広げる手段として利用してもらう。さらに1年目からできることとして、一度宿泊して下さったお客様への案内カードの定期的な送付が挙げられる。山郷地区のイベントなどを載せた智頭町の案内や特産品を贈る・紹介する、あるいは加藤家において特定の日にイベントを設ける（リピーターを集めるイベント）など、智頭に何度も来たいと思わせ、そのきっかけをつくることができる。2年目からは同様の目的で、1年に1回の情報誌の発行を始める。その際、翌年も継続して情報を受け取るかどうかの確認も行う。

②利用者発信の場づくり

HP・Facebookの運営をするためには、一から始める勉強が多くあり、長時間を要する上、情報のリテラシー等、気をつけなければならないことが多い。そこで、HPにブログコーナーを開設し、管理者のみならず、民泊の利用者、ファンの方々によって口コミ・体験談を掲載して頂き、日々新たな情報が更新されるものにする。さらに写真コンテストをネット上で開催することで、智頭の暮らし・自然を読者に見える形で伝えられるようにする。

③ネットワークづくり

口コミ・インターネット等、加藤家の取り組み、智頭の良さをより広く伝え、交流を生み出したい。そのために、加藤家のファン（リピーター）、智頭町山郷地区、全国の民泊のコミュニティをつくることで、より情報を拡散させることができると考える。ファンの方々は、智頭町に住む人々との交流を生み出し、さらに新たに智頭に興味をもつ人を連れてきてくれる。地域で民泊を実施している人々は、互いに有益な情報を持ち合うことで、よりよい民泊を目指すことができ、さらに地域のイベントを生み出すことで、よりよい智頭を作り出すことができる（例えば、ロングトレイルや自然を活かしたウォークラリー大会など）。全国の民泊コミュニティは、新たな工夫を持ち寄ることができ、また日本全国、外国人を含めて、民泊文化を広めるために有効である。このようにネットワークを増やし、さらに互いにHPリンクの拡散等もすることで、智頭・加藤家の取り組みを多くの人に広める。何よりこのネットワークの存在がそれぞれの生活に輝きを与える。

④ネットワークの維持

一度できたネットワークも維持することは非常に難しい。しかし、無理やり維持していこうという取り組みでは加藤家、そして山郷地区が持たない。できる範囲でのFB、HPの更新、定期的な情報誌の発行がカギとなる。また、負担を減らすために、徐々にFBはやめ、HPの更新のみに移行していく。その他にも、利用者発信の場を作っていることからも情報の更新は民泊運営者のみが行わなくてもいい。利用者が新たな情報発信源となることが望ましい。このような形で無理なく、しかし心のつながりは維持できる状態を作りたい。

4. 5年後の姿

- ・民泊文化が今よりも広まることで、お客様を増やし、山郷地区での民泊が経済的に持続でき、また地元の人々の暮らしと両立できる可能性を高める。
- ・ご主人のやりたいこと（山の動植物を知る・ロングトレイル）を、地域内で同じことをしたい仲間を集めて実施することで、加藤家、山郷地区だからこそできることにつなげる。
- ・民泊運営者が楽しんで運営に取り組んでいる。
- ・心通うネットワークの存在で粘り強く取り組める環境になっている。
- ・智頭・加藤家の味が分かる人を集めて、実際に智頭に住む人を生み出す。

【人】

1. テーマ

加藤さんのファンが集まる民泊～行政に頼らない個の力の結集～

2. テーマの設定理由～目指すべき事業像～

現在の民泊の運営体系では、民泊運営者に経済的に大きな利益をもたらす仕組みではなく、また個人の取組みを各自の裁量で広げたり、新しく始めたりすることが容易ではない。こうした環境では、民泊運営者が今後も民泊を続けたいと思うモチベーションを高め続けることは難しい。

智頭の魅力を伝えるために、各自が自由に、しかし町全体・あるいは地区全体としては効率的に取組みを展開するための方向性を示唆する。

テーマに個人名が含まれていることは、”智頭町”が取組むことではなく、そこに暮らす一人一人が智頭町の魅力を伝えるために取組むことに着目していることを意味しており、その人自身が智頭町の価値として、外部とのつながりを深めていくことを意味している。

3. 主要な方策

① 智頭町の特徴を生かした個々の取組みの充実

- ・餅つきや智頭の野菜を使った漬物、農作業体験、夏季のハンティングやトレッキング、冬季のスノーシューなど、智頭町の自然を活かした取組みを充実させる。農林業や狩猟から料理、精神医療（森林セラピー）、スポーツ、芸術（写真、木工、絵画、音楽）など、智頭に暮らす各自が今あるスキルを確認し、継続して取り組めることを始める。

② 暮らす『人』、訪れた『人』の情報発信・収集の場の充実

- ・フェイスブックやホームページ、広報誌などで情報発信を行なっていく上で、いわゆる観光パンフレットに載るような情報にとどまらず、例えば「今日の私（加藤修さん）」情報として、撮影した草花や捕らえた獣など、地域に暮らす人々の生の情報を伝える工夫や、民泊に宿泊した方々からの生の意見を書き込む掲示板を設けるなど、『人』に焦点をあてた情報発信・収集の場を設ける。

③ 民泊運営者同士のつながり

- ・民泊運営者同士がつながりを深め、各自どのようなスキルを持ち、どのようなサービスを提供できるかについて情報共有を図る。これにより、同じ分野のサービスが提供できる人同士のつながりが広がることで、それを目的としたお客様の受け皿が広がる一方で、サービスの違いによる民泊間の差別化も可能となり、その民泊を運営する『人』独自のサービスが生まれ、いずれも智頭町の魅力を高めることに貢献する。

④ リピーターを増加させる取組み

- ・各自のサービスはやがて、親子連れに嬉しいイベント、留学生が喜ぶサービスを提供する民泊など、対象を明確にしていく。これにより内外の人同士、個と個のつながりを深め、それはコミュニティとなり、智頭町に何度も訪れたいと思う人々が増える。

4. 5年後の姿

- ・民泊運営者同士が競い合うようにしかし協働で様々な智頭の魅力を伝えるサービスを展開し、それがまたSNSや広報、口コミを通じて広まることで、民泊運営者と外部の人間が個と個でつながり、関係が深まる。智頭の魅力に共感した一定規模の外部とのつながりが継続されることで、智頭町の人々が自分たちのまちを運営（自治）していく活力もまた継続され、さらに新しい住人も継続的に供給されるようなサイクルが生まれる姿を想像する（創造する？）

【モノ】

1. テーマ

智頭・山郷の「味わい」を感じることのできる素材・環境の開発・提供

2. テーマの設定理由 ~目指すべき理想像~

加藤家の希望。客を大幅に増やすのではなく、毎週末に客が来る程度に増やすことが目標。味がわかる人に智頭の味を伝えるのが目的のひとつであり、これにより目標来客数も達成されるという前提でのテーマ設定。食の他、空気、風景などあらゆる素材をもって山郷の「あじ（あじわい）」を来客の「五感」に訴える。

3. 柱

①地元で採れる農畜産物

- 四季それぞれに旬のものを提供（一覧を下に記載）。天然もので新鮮、水がいいことも売り。燻製にして山里の味ができるだけ長く味わえるように工夫
 - 春：山菜（タラの芽、コゴミ、ワラビ、ぜんまい…）、笹巻（ちまき）、柏餅、桜餅…
 - 夏：川魚（ヤマメ、アマゴ…）
 - 秋：キノコ（マイタケ、なめこ…）、山芋…
 - 冬：イノシシ、漬物、朶餅、カキモチ…

②山郷の自然を感じられる場、自然を活かした施設・イベント

- 森林セラピー、シャワークライミング、スノーシュー
- 渓流のせせらぎ（音）や月明かりが、見れる・聞ける場；ホタルが見れればなお良い。
- 澄んだ空気のしたでの天体観察の場；山の上でも学校でも良い。
- トレイル、フットパスのルートマップ
 - 樹木・草花、昆虫、風景など、四季ごとの見どころを記載したルートマップ
(芦津渓谷周辺のセラピーロードのルートマップに書き加える?)
 - 山郷がロングトレイルの中継地（宿泊）となれば、さらに良い
(中国自然歩道を使ってのロングトレイル?)
- 小・中学生の体験学習の場（山郷をベースにしてトレイルやフットパスを歩く、炊事をするなど）

③地域の伝統を伝える場、モノ

- 民話本、昔の遊びが体験できる場

4. 5年後の姿

- リピーター（客）の多い農家民泊←継続して素材を提供できる仕組み作り

智頭町 食材の旬一覧

	春			夏			秋			冬		
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
こごみ		4月中旬～5月上旬										
こしあぶら		4月下旬～5月上旬										
たらのめ		4月下旬～5月上旬										
わらび		4月下旬～5月上旬										
すずこ			5月中旬～6月上旬									
ふき			5月中旬～6月中旬									
川魚		4月中旬～8月上旬										
マイタケ							9月中旬～10月上旬					
ナメコ								10月下旬～11月中旬				
ヤマイモ									11月下旬～12月上旬			
猪肉										12月下旬～2月上旬		

冷凍品であれば、川魚は12月一杯まで、猪肉は通年可能。
どちらも、かきものは冬限定だが、どちらもご希望があれば通年可能。